

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI, KESADARAN
HARGA, DAN PENGALAMAN TERHADAP SIKAP DAN NIAT
PEMBELIAN PADA PRODUK NIKE DI CIPUTRA WORLD
SURABAYA**



OLEH:
FUBRIANTO PHANDEIROT
3103011312

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

PENGARUH KELOMPOK REFERENSI, KESADARAN
HARGA, DAN PENGALAMAN TERHADAP SIKAP DAN NIAT
PEMBELIAN PADA PRODUK NIKE DI CIPUTRA WORLD
SURABAYA

SKRIPSI S1
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

FUBRIANTO PHANDEIROT
3103011312

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KELOMPOK REFERENSI, KESADARAN
HARGA, DAN PENGALAMAN TERHADAP SIKAP DAN NIAT
PEMBELIAN PADA PRODUK NIKE DI CIPUTRA WORLD
SURABAYA

Oleh:

FUBRIANTO PHANDEIROT

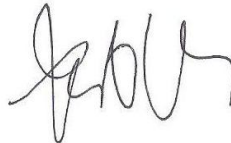
Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.
Tanggal : 20/1/2016

Pembimbing II,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M. Si.
Tanggal : 20/1/2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Fubrianto Phandeirot NRP 3103011312 Telah diuji pada tanggal 30 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M. Si

NIK. 311.95.0228

Mengetahui

Dekan,



* Dr. Edoovicus Lasdi, MM., Ak., CA

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan



Elisabeth Supriharyanti, SE.,

M.Si

NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fubrianto Phandeirot

NRP : 3103011312

Judul Skripsi : PENGARUH KELOMPOK REFERENSI,
KESADARAN HARGA, DAN PENGALAMAN TERHADAP SIKAP
DAN NIAT PEMBELIAN PADA PRODUK NIKE DI CIPUTRA
WORLD SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,
Yang menyatakan



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan skripsi yang berjudul Pengaruh Personalisasi, Penanganan Keluhan, dan Persepsi Kualitas Terhadap Kesetiaan Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Produk Apple. Penulis sangat bersyukur karena telah diberkati dan mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak sehingga penyusunan laporan skripsi dapat berjalan dengan lancar untuk memenuhi syarat kelulusan dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan berkat yang sangat luar biasa sehingga seluruh proses dalam pengerjaan laporan skripsi dapat berjalan dengan lancar dan baik.
2. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan dan Dosen Pembimbing 2, yang telah membimbing penulis dalam pengerjaan laporan skripsi
4. Ibu Dr. Diah Tulipa, SE., MM. selaku Dosen pembimbing 1, yang telah memberikan banyak arahan kepada penulis sehingga pengerjaan laporan skripsi dapat berjalan dengan baik
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah

membantu secara langsung maupun tidak langsung kelancaran proses skripsi

6. Kepada Papa dan Mama yang telah membantu saya untuk dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu
7. Kepada Sugiarto, Eric, Hans yang telah bersama-sama membantu dan mengerjakan laporan, telah melewati masa sulit bersama.

Mengingat adanya keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis sendiri menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam laporan ini, oleh karena itu penulis akan menerima segala kritik dan saran dengan senang hati. Penulis berharap semoga dengan adanya laporan penelitian skripsi ini dapat sedikitnya membantu kelancaran penelitian di masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	vxi
ABSTRACT.....	xvii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Rumusan Masalah	5
1.3	Tujuan Penelitian.....	6
1.4	Manfaat Penelitian.....	7
	1.4.1 Manfaat Akademis	7
	1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5	Sistematika Penulisan Skripsi	7

BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1	Penelitian Terdahulu	9
2.2	Landasan Teori.....	10

2.2.1	Kelompok Referensi.....	10
2.2.2	Pengalaman	13
2.2.3	Kesadaran Harga	14
2.2.4	Sikap.....	16
2.2.5	Niat Pembelian	19
2.3	Pengaruh Antar Variabel	21
2.3.1	Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Sikap.....	21
2.3.2	Pengaruh Pengalaman terhadap Sikap	23
2.3.3	Pengaruh Kesadaran Harga terhadap Sikap.....	23
2.3.4	Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Niat Pembelian	24
2.3.5	Pengaruh Pengalaman terhadap Niat Pembelian.....	25
2.3.6	Pengaruh Kesadaran Harga terhadap Niat Pembelian	25
2.3.7	Pengaruh Sikap terhadap Niat Pembelian.....	26
2.4	Kerangka Konseptual	27
2.5	Hipotesis.....	27

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	29
3.2	Identifikasi Variabel	29
3.3	Persamaan Struktual	30
3.4	Definisi Operasional Variabel	31

3.4.1	Kelompok Referensi	31
3.4.2	Pengalaman	31
3.4.3	Kesadaran Harga	32
3.4.4	Sikap	32
3.4.5	Niat Pembelian.....	33
3.5	Pengukuran Variabel	33
3.6	Jenis dan Sumber Data	34
3.7	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	34
3.8	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.8.1	Populasi.....	34
3.8.2	Sampel	34
3.8.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.9	Teknik Analisis Data	35
3.9.1	Uji Normalitas.....	38
3.9.2	Uji Validitas	39
3.9.3	Uji Reliabilitas	39
3.9.4	Uji Kecocokan Model	39
3.9.5	Uji Hipotesis	41

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Pembeli Produk Nike di Ciputra World Surabaya.....	42
4.1.1	Jenis Kelamin.....	42
4.1.2	Usia	43
4.1.3	Pendidikan Saat Ini	43
4.1.4	Pendapatan Perbulan Pembeli	44
4.1.5	Lama Menjadi Anggota Dalam	

	Kelompok Basket	44
4.1.6	Jumlah Sepatu Merk Nike yang dimiliki Responden	45
4.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	46
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel Kelompok Referensi (X1)	47
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel Pengalaman (X2).....	48
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel Kesadaran Harga (X3)	49
4.2.4	Statistik Deskriptif Variabel Sikap (Y1).....	50
4.2.5	Statistik Deskriptif Variabel Niat Pembelian (Y2)	51
4.3	Uji Asumsi SEM	52
4.3.1	Uji Normalitas.....	52
4.3.2	Uji Validitas	55
4.3.3	Uji Reliabilitas	56
4.4	Persamaan Struktural	56
4.5	Uji Model	58
4.5.1	Pengujian Hipotesis.....	58
4.6	Uji Kelayakan Model	60
4.7	Pembahasan.....	63
4.7.1	Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Sikap.....	63
4.7.2	Pengaruh Pengalaman terhadap Sikap	66
4.7.3	Pengaruh Kesadaran Harga	

	terhadap Sikap.....	68
4.7.4	Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Niat Pembelian	69
4.7.5	Pengaruh Pengalaman terhadap Niat Pembelian.....	70
4.7.6	Pengaruh Kesadaran Harga terhadap Niat Pembelian	72
4.7.7	Pengaruh Sikap terhadap Niat Pembelian.....	73
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan	75
5.2	Saran	77
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	77
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	78

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	2.1.	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	9
Tabel	3.1	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	41
Tabel	4.1	Jenis Kelamin.....	43
Tabel	4.2	Usia Pembeli	43
Tabel	4.3	Pendidikan Saat Ini	44
Tabel	4.4	Pendapatan Perbulan.....	44
Tabel	4.5	Lama Responden Menjadi Anggota Dalam Kelompok Basket.....	45
Tabel	4.6	Jumlah Sepatu Merk Nike yang dimiliki	45
Tabel	4.7	Hasil Tanggapan Pembeli pada Variabel Kelompok Referensi (X1).....	48
Tabel	4.8	Hasil Tanggapan Pembeli pada Variabel Pengalaman (X2)	48
Tabel	4.9	Hasil Tanggapan Pembeli pada Variabel Kesadaran Harga (X3)	49
Tabel	4.10	Hasil Tanggapan Pembeli pada Variabel Sikap (Y1).....	50
Tabel	4.11	Hasil Tanggapan Pembeli pada Variabel Niat Pembelian (Y2)	51
Tabel	4.12	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	53
Tabel	4.13	<i>Skewness Kurtosis Skewness and Kurtosis</i>	54
Tabel	4.14	Hasil Uji Validitas	55
Tabel	4.15	Hasil Uji Reliabilitas.....	56

Tabel	4.16	Pengujian Hipotesis	59
Tabel	4.17	Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Cognitive- Affective-Conative Model	19
Gambar	2.2.	Kerangka Penelitian	27
Gambar	4.1	Model Analisis Struktural Lisrel.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.a	Hasil kuisisioner Variabel Kelompok Referensi
Lampiran 2.b	Hasil kuisisioner Variabel Pengalaman
Lampiran 2.c	Hasil kuisisioner Variabel Kesadaran Harga
Lampiran 2.d	Hasil kuisisioner Variabel Sikap
Lampiran 2.e	Hasil kuisisioner Variabel Niat Pembelian
Lampiran 3.	Karakteristik Responden
Lampiran 4.	Statistik Deskriptif
Lampiran 5.	Uji Normalitas
Lampiran 6.	Uji Validitas
Lampiran 7.	Uji Reliabilitas
Lampiran 8.	Uji Hipotesis

ABSTRAK

Industri alas kaki merupakan salah satu sektor prioritas yang terus dikembangkan oleh Kementerian Perindustrian, mengingat peranannya dalam perolehan devisa ekspor non migas dan penyerapan tenaga kerja yang cukup banyak. Produk Nike merupakan target produk anak muda masa kini. Nike merupakan sebuah perusahaan global yang dapat dikaji kinerja perusahaannya untuk menjadi bahan pembelajaran mengenai pengaruh kelompok referensi, kesadaran harga, dan pengalaman terhadap sikap dan niat pembelian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelompok referensi, pengalaman, dan kesadaran harga terhadap sikap dengan niat pembelian pada produk Nike di Ciputra World Surabaya, serta untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap terhadap niat pembelian pada produk Nike di Ciputra World Surabaya.

Penelitian yang akan dilakukan menggunakan desain penelitian kausal. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode survei. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk Nike di Ciputra World Surabaya dan menjadi anggota klub basket. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 152 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *software* LISREL.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa Kelompok referensi, Pengalaman, Kesadaran harga memiliki pengaruh terhadap sikap dan niat pembelian pada produk Nike di Ciputra World Surabaya”, dinyatakan diterima. Sedangkan Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian pada produk Nike di Ciputra World Surabaya”, dinyatakan diterima.

Kata Kunci : Kelompok Referensi, Pengalaman, Kesadaran Harga, Sikap, Niat Pembelian

ABSTRACT

The footwear industry is one of the priority sectors to be developed by the Ministry of Industry, given its role in the export of non-oil foreign exchange earnings and employment is quite a lot. Nike products are the target products of young people today. Nike is a global company that can be assessed the performance of the company to be instructional material about the influence of the reference group, price consciousness and experience of the attitudes and purchase intent. The purpose of this study to determine and analyze the influence of the reference group, the experience, and the price consciousness of the attitude with the intention of purchasing the Nike products in Ciputra World Surabaya, as well as to identify and analyze the influence attitudes towards purchase intention on Nike products in Ciputra World Surabaya.

Research will be conducted using causal research design. The method used is survey method. The data used in this research is quantitative data. The tools used to collect data in this study was a questionnaire. The population in this study is that consumers never buy Nike products in Ciputra World Surabaya and become a member of the basketball club. The samples used in this study was 152 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. Data processing techniques in this study using Structural Equation Modeling (SEM) using LISREL software.

Based on the analysis that has been done can be concluded that the reference group, experience, price consciousness has an influence on the attitudes and purchase intention in Nike products at Ciputra World Surabaya ", are accepted. While the attitude is positive and significant impact on purchase intentions on Nike products in Ciputra World Surabaya ", are accepted.

Keywords : Reference Group, Experience, Awareness Price, Attitude, Intention Purchase